

Proyecto N° 10.441/09: Especialización en Construcción de Marcas, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Departamento de Posgrado. Dictamen considerado por la CONEAU el día 21 de Febrero de 2011 durante su Sesión N° 325.

Ante la solicitud de reconocimiento oficial provisorio del título del proyecto de carrera de Especialización en Construcción de Marcas, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Departamento de Posgrado, y considerando lo dispuesto por la Ley 24.521, la Resolución del Ministerio de Cultura y Educación N° 1168/97, la Resolución del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología N° 532/02, la Resolución del Ministerio de Educación N° 51/2010, la Ordenanza N° 049 – CONEAU y la opinión del Comité de Pares, se detallan a continuación las características del proyecto y los elementos de juicio que fundamentan el presente dictamen:

I) Características del proyecto

El proyecto de carrera de Especialización en Construcción de Marcas, de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Departamento de Posgrado, a dictarse en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, propone una modalidad presencial. Su dictado será de carácter continuo; su plan de estudios es estructurado.

En la unidad académica no se dictan carreras de grado. Entre las carreras de posgrado que se dictan en la unidad académica se encuentran: Maestría en Marketing Estratégico (acreditada por Res. CONEAU N° 815/10), Maestría en Dirección de Recursos Humanos (acreditada mediante Res. CONEAU N° 656/09), Maestría en Dirección de Comunicaciones Institucionales (acreditada mediante Res. CONEAU N° 707/10), Maestría en Investigación de Mercados, Medios y Opinión (acreditada mediante Res. CONEAU N° 708/10), Doctorado en Psicología (acreditado con categoría C mediante Res. CONEAU N° 186/08), Doctorado en Derecho con orientación en Derecho Privado (acreditada como proyecto por Res. CONEAU N° 419/01, presentada en la actual convocatoria y en proceso de evaluación), Maestría en Problemas y Patología del Desvalimiento (acreditada con categoría B mediante Res. CONEAU N° 425/07), Maestría en Administración de Servicios de Salud (acreditada con categoría C mediante Res. CONEAU N° 396/06), Maestría en Transportes (acreditada como proyecto mediante Res. CONEAU N° 402/99, no presentada en la actual convocatoria), Maestría en Estudios Ambientales (acreditada con categoría C mediante Res. CONEAU N° 252/04 y presentada en la actual convocatoria), Especialización en Docencia Universitaria en Ciencias Empresariales y Sociales (acreditada mediante Res. CONEAU N° 577/09)

y Especialización en Psicoanálisis con Adolescentes (acreditada mediante Res. CONEAU N° 421/07).

Se presenta la siguiente normativa: Resolución del Rectorado C- 03/09 por la que se crea la carrera y aprueba el plan de estudios (el cual obra en anexo), Res. del Rectorado DPG-22/09 por la que se designa a los integrantes del cuerpo docente, Res. del Rectorado DPG-19/09 por la que se designa a los miembros del Comité Académico, Res. del Rectorado D-45/05 por la que se designa al Director, Res. del Rectorado R-03/09 por la que se aprueba el reglamento específico, Res. del Rectorado R-52/06 por la que se aprueba el reglamento de becas y Res. del Rectorado R-04/00 por la que se aprueba el reglamento de trabajo final de las carreras de Especialización del Departamento de Posgrado (se anexan los reglamentos pertinentes). En ocasión de la respuesta al informe de evaluación, se añade Res. del Rectorado N° 02/10 por la que se designa al co-director de la Especialización y Res. del Rectorado N° 03/10 por la que se deroga el reglamento específico aprobado por Res. del Rectorado R-03/09 y se aprueba un nuevo reglamento específico (que se anexa).

En ocasión de la respuesta al informe de evaluación, la Institución informa que la estructura de gobierno está conformada por un Director, un Co-Director, un Comité Académico. Serán funciones del Director: conducir académicamente el posgrado, elaborar el plan de estudios y las sucesivas modificaciones del mismo, planificar las actividades del año y confeccionar los cronogramas, proponer el equipo docente para su designación, responder a consultas académicas por parte de docentes y alumnos, asesorar a los grupos de investigación y proponer la designación de tutores de trabajo final. Serán funciones del Co-Director: asesorar a los grupos de investigación, proponer la designación de tutores de trabajo final y coordinar y supervisar los procesos de elaboración de los trabajos finales de los candidatos a especialistas. Serán funciones del Comité Académico: asesorar académicamente a los docentes, supervisar los cambios en el plan de estudios, participar en la realización del autodiagnóstico del posgrado, supervisar la calidad de los aspirantes a ingresar al posgrado, supervisar la selección de nuevos integrantes del cuerpo docente, asesorar en la selección de tutores de trabajo final y en la selección de miembros de los jurados y asesorar sobre la pertinencia de acciones de investigación y transferencia. Asimismo, se contará con un coordinador de pasantías, quien asignará el tutor a cada alumno y con quien el estudiante deberá acordar el plan de trabajo a desarrollar en la pasantía, previo consentimiento del Director.

El Director designado tiene título de Licenciado en Educación expendo por la Universidad Nacional de Quilmes y es Especialista en Planificación Estratégica de Medios por la Universidad de Palermo. Informa experiencia en gestión académica y trayectoria en docencia universitaria. No ha dirigido tesis de posgrado. No ha participado en proyectos de investigación; no tiene adscripción a organismos de promoción científico-tecnológica. Ha desarrollado experiencia profesional en el ámbito privado. Su producción científica en los últimos cinco años comprende 2 artículos publicados en revistas sin arbitraje. En su ficha docente no informa haber participado en jurados de concursos, de tesis o de becas ni en comités editoriales.

El Co-Director designado tiene título de Profesor en Enseñanza Media y Superior en Ciencias de la Comunicación, Lic. en Ciencias de la Comunicación y Magister en Análisis del Discurso, todos expedidos por la Universidad de Buenos Aires (UBA). No informa experiencia en gestión académica, sí trayectoria en docencia universitaria. Ha dirigido tesis de posgrado. Ha participado en proyectos de investigación como director e investigador; está adscripto a la categoría 4 del Programa Nacional de Incentivos. Ha desarrollado experiencia profesional en el ámbito privado. Su producción científica en los últimos cinco años comprende 2 artículos publicados en revistas con arbitraje y uno en medio sin arbitraje. También ha integrado jurados de tesis.

El plan de estudios fue aprobado en el año 2009 por Resolución C- 03/09 del Rectorado. La duración prevista para la carrera es de 12 meses, con un total de 360 horas obligatorias (336 teórico-prácticas y 24 destinadas a talleres), a las que se agregan 80 horas destinadas a pasantías u observación en campo, tutorías y actividades de investigación y 100 horas destinadas al trabajo final integrador.

Según se informa en la respuesta al informe de evaluación, las actividades prácticas que deberán llevar a cabo los alumnos comprenden: pasantías o mentorías que implican el cumplimiento de 80 horas de práctica profesional en los siguientes ámbitos: estudios de diseño gráfico, medios de comunicación, agencias de publicidad, áreas de activación de marcas en empresas de consumo masivo, gerencia de marcas (*brand manager*) o de marketing; consultoras en imagen y comunicación, departamentos de comunicaciones institucionales de empresas, ONGs o instituciones públicas o privadas. La modalidad de mentoría prevé que el alumno que ya se desempeña en ámbitos pertinentes a los objetivos de la Especialización pueda acreditar las horas en su lugar de desempeño, con el requisito de que consensúe un plan de trabajo con el tutor asignado. En todos los casos, los alumnos deberán presentar un plan de trabajo que deberá ser aprobado por el tutor e

informado al director del posgrado. El coordinador de las pasantías asignará un tutor y acordará el plan de trabajo, previo consentimiento del director del posgrado. La aprobación de la actividad por parte del tutor y el coordinador tendrá como consecuencia la acreditación de las horas requeridas para la obtención del título. Los alumnos que no realicen la práctica profesional en su lugar de trabajo deberán elegir una institución pública o privada o una empresa que les permita investigar una marca que pertenezca a la organización. Se presenta un convenio marco de pasantías entre la UCES y el Centro de Estudios de Opinión Pública, al cual se añaden sendos convenios marco de cooperación y colaboración con el estudio EMS Publishing S.A y la agencia de publicidad Acrilia S.A.. Las 80 horas de investigación se cumplirán en el lugar de realización de la pasantía. El trabajo tendrá como objetivo la observación, la indagación diagnóstica y el análisis de una marca vinculada a la organización o institución seleccionada. El alumno deberá cumplir con el plan de trabajo aprobado por el tutor, quien supervisará el cumplimiento del plan de trabajo con base en el informe final que producirá el alumno sobre su pasantía o mentoría. Se observa que en Solicitud de acreditación. se informa que, además de lo mencionado en el reglamento específico, se podrán realizar como actividades prácticas consultorías o trabajos de campo.

En ocasión de la respuesta a la evaluación, se presentan 2 convenios marco de cooperación, celebrados entre la UCES y las empresas Acrilia S.A y EMS Publishing S.A. para implementar programas universitarios en los que los alumnos y docentes de posgrado de la UCES participen en las distintas actividades que desarrollen las empresas. Ambos convenios fueron firmados en febrero de 2010 por un período de 5 años renovable salvo denuncia de alguna de las partes. Además se presenta un acuerdo entre la UCES y el portal de medios www.totalmedios.com, mediante el cual el último se compromete a otorgar a la UCES un banner dentro de la home de su sitio y un número ilimitado de suscripciones destinadas a los directivos, profesores y alumnos de la Universidad, quienes podrán consultar el fichero de medios del sitio y recibirán un *newsletter* con las principales novedades. La UCES otorgará en contraprestación una beca completa en la carrera de Licenciatura en Publicidad. El acuerdo fue firmado en diciembre de 2007.

Para el ingreso a la Especialización se exigirá que el aspirante posea título de grado universitario en carreras con duración no menor a 4 años o título de nivel superior no universitario de 4 años de duración como mínimo. En casos excepcionales podrán ser admitidos postulantes que se encuentren fuera de los términos precedentes, siempre que demuestren, a través de las evaluaciones y los requisitos que la Universidad establezca, poseer preparación laboral acorde con

los estudios de posgrado que se proponen iniciar, así como aptitudes y conocimientos suficientes para cursarlos satisfactoriamente. En ocasión de la respuesta de la Institución se informa que los alumnos que no posean formación de grado en Administración, Comunicación, Marketing u otras carreras afines deberán aprobar un curso introductorio de nivelación sobre comunicaciones de marketing, de al menos 20 horas de duración.

La modalidad de evaluación final consistirá en un trabajo final integrador individual. El plazo previsto para la aprobación de esta evaluación es de 24 meses, una vez finalizadas las actividades curriculares, existiendo la posibilidad de prórroga por un año (se observa una inconsistencia con lo consignado en la solicitud de acreditación donde se informa que el plazo previsto para la aprobación de esta evaluación es de 2 meses).

Está previsto el otorgamiento de becas financiadas por la Universidad.

El cuerpo académico está formado por 15 integrantes estables. De ellos, 2 poseen título máximo de doctor, 8 título de magister, 1 título de especialista y 4 título de grado. Los integrantes del cuerpo académico han desarrollado su trayectoria en las áreas disciplinares de Sociología, Administración, Lingüística, Ciencias de la Comunicación, Negocios Internacionales, Psicología, Economía, Marketing, Historia, Derecho y Arquitectura. En los últimos cinco años 7 han dirigido tesis de posgrado, 8 cuentan con producción científica y 9 han participado en proyectos de investigación. Tres tienen adscripción a organismos de promoción científico-tecnológica. Catorce han desarrollado experiencia fuera del ámbito académico, tanto en el sector privado como en el público.

La biblioteca dispone de 2.978 volúmenes vinculados con la temática del posgrado y 56 suscripciones a revistas especializadas. Cuenta con acceso a bases de datos ((Springer, Lexis Nexis, Océano Universitas, Trivia) y con conexión a redes y bibliotecas virtuales.

Los recursos informáticos disponibles para el uso de los alumnos consisten en 5 laboratorios de informática equipados con un total de 73 computadoras.

En ocasión de la respuesta de la Institución se informan 11 actividades de investigación (7 de ellas vencidas a la fecha de presentación del proyecto) y 4 de transferencia (3 de ellas se vencidas a la fecha de presentación del proyecto), desarrolladas en el ámbito del cual surge esta propuesta. En 5 de las actividades de investigación informadas participan o participaron integrantes del cuerpo académico propuesto.

Este proyecto ha sido presentado anteriormente por la CONEAU y posteriormente retirado (Res. CONEAU N° 105/08).

II) Análisis global del proyecto

En la evaluación original del proyecto se efectuaron las siguientes observaciones: la inserción institucional de la propuesta es adecuada; la normativa presentada es pertinente; el cuerpo académico propuesto está conformado por profesionales con aval suficiente, en número adecuado al correcto desarrollo de las actividades programadas.

En la respuesta al informe de evaluación, la Institución:

Designa un Co-Director con antecedentes académicos orientados a la investigación, a partir de lo cual la estructura de gobierno del posgrado cuenta con un respaldo para el cumplimiento de las tareas vinculadas con los trabajos finales. Presenta un nuevo reglamento específico en el cual: se estipula con suficiente detalle el modo en que se organizarán las pasantías y mentorías profesionales, se introduce un mecanismo de nivelación para los ingresantes carentes de formación de grado en carreras afines al tema de la Especialización y se incorpora una caracterización del trabajo final integrador bajo la modalidad de proyecto profesional de marketing, todo lo cual se considera adecuado. Incorpora un nuevo proyecto de investigación ("Marcas y medio ambiente: estrategias del marketing verde", bajo la conducción del Co-director) que apunta a desarrollar investigación genuina en temas relacionados con este posgrado. Presenta un listado con la bibliografía actualizada que se incorpora a los programas de las diferentes asignaturas, lo cual mejora significativamente el sustento de estas. Completa y actualiza los programas de las asignaturas atendiendo a los nuevos contextos de la construcción de marcas.

Es necesario, no obstante, que se especifiquen en el reglamento de la Especialización tanto los requisitos que deberán cumplir quienes sean admitidos en forma excepcional como los criterios que se aplicarán para resolver sobre estas admisiones. También deberán incorporarse al citado reglamento los mecanismos que aplicará la Universidad para supervisar el desarrollo de las pasantías, consultorías y trabajos de campo.

Por último, sería conveniente que la Universidad celebrara convenios específicos con empresas o cámaras empresariales temáticamente vinculadas a la Especialización (por ejemplo con algunas de las empresas con las que se han suscripto convenios marco), , que posibiliten al alumno la realización de pasantías y trabajos de campo en ámbitos distintos a aquel de su desempeño laboral; y que estableciera en el reglamento específico las características de la

evaluación diagnóstica que deberán realizar los aspirantes durante el proceso de admisión al posgrado.

III) Recomendación de la CONEAU

Por lo expuesto, la CONEAU recomienda que se otorgue el reconocimiento oficial provisorio de su título al proyecto de carrera de Especialización en Construcción de Marcas, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Departamento de Posgrado, a dictarse en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Se efectúan las siguientes recomendaciones para el mejoramiento de la calidad:

- Se celebren convenios específicos con empresas o cámaras empresariales temáticamente vinculadas a la Especialización, que posibiliten al alumno la realización de pasantías y trabajos de campo en ámbitos distintos a aquel de su desempeño laboral.
- Se incorporen al reglamento de la Especialización los requisitos que deberán cumplir quienes sean admitidos en forma excepcional y los criterios que se aplicarán para resolver sobre estas admisiones.
- Se incorporen al reglamento de la Especialización los mecanismos que aplicará la Universidad para supervisar el desarrollo de las pasantías, consultorías y trabajos de campo.